

O Observatório Regional de Turismo do Alentejo: da ideia aos resultados¹

Alentejo regional Tourism Observatory: from the idea to the results

Eva Milheiro
Maria Gorete Dinis

Resumo

O turismo é um setor estratégico para o desenvolvimento do Alentejo sendo que, para fomentar sua competitividade, tanto as empresas como os decisores públicos que operam no setor neste território devem estar dotados de informação atempada e fiável sobre a sua evolução, tendências, dinâmicas e posição face a outros mercados.

Foi com este intuito que a Entidade Regional de Turismo do Alentejo criou um Observatório em parceria com as Instituições de Ensino Superior e os Núcleos Empresariais da Região. Durante o seu horizonte temporal vários foram os estudos desenvolvidos que vão permitir um melhor conhecimento da oferta e procura turística deste território, dando resposta às necessidades de informação dos intervenientes no setor do turismo no Alentejo.

Este artigo procura mostrar a importância da informação pertinente e fiável para o melhor exercício das competências da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e dos investidores privados, apresentando as diversas atividades, e respetivos resultados, desenvolvidas no âmbito do Projeto Observatório Regional de Turismo do Alentejo.

Palavras-chave: Competitividade; Alentejo; Observatório do Turismo; Informação

Abstract

Tourism is a strategic sector for the development of the Alentejo and, to foster its competitiveness, both companies and public decision-makers operating in this territory should be provided with timely and reliable information about its evolution, trends, dynamics and position compared to other markets.

It was with this intention that the Regional Entity of Alentejo Tourism has established a partnership with Higher Education Institutions and the Business Associations of the Region in order to create the Tourism Observatory. During its time horizon several studies were developed that will allow a better understanding of tourism supply and demand of this territory, responding to the information needs of stakeholders in the tourism sector in the Alentejo.

This article seeks to show the importance of relevant and reliable information to the best exercise the powers of the Regional Tourism Organization of Alentejo and private investors, with the various activities and their results, carried out under the Project Regional Tourism Observatory of Alentejo.

Keywords: Competitiveness; Alentejo; Tourism Observatory; Information

1. Introdução

O turismo é um setor com características únicas, fortemente dependente da informação disponível. Essa informação deve ser atualizada e fornecida atempadamente aos agentes do setor de forma a auxiliá-los no planeamento e gestão das atividades turísticas. Em Portugal, existem lacunas ao nível da informação recolhida e publicada pelas Entidades oficiais, que se agravam quando se pretende informação a níveis regionais ou locais. Esta constatação conduziu a Turismo do

¹ Trabalho apresentado no III Seminário de I&DT, organizado pelo C3i – Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico de Portalegre, realizado nos dias 6 e 7 de dezembro de 2012.

Alentejo, ERT (ERTA) a propor a criação do Observatório Regional de Turismo da Região do Alentejo, cumprindo, assim, uma das suas atribuições, em matéria de planeamento turístico. Refira-se que, entre as diversas atribuições da ERTA, compete-lhe “promover a realização de estudos e de projetos de investigação que contribuam para a caracterização e afirmação do setor turístico regional”, bem como, “criar e gerir um observatório da atividade turística, visando acompanhar a implementação da estratégia turística regional e avaliar o desempenho do setor turístico regional”. É neste enquadramento que surge o Observatório Regional de Turismo do Alentejo, respeitando o determinado na Portaria nº 1038/2008 de 15 de setembro.

O Observatório Regional de Turismo do Alentejo é um projeto cofinanciado pelo INALENTEJO no quadro do Regulamento do SIAC – Sistema de Apoio às Ações Coletivas - que se define enquanto instrumento estratégico, de nível regional, destinado a detetar oportunidades de mercado e a antever necessidades ligadas ao empreendedorismo no setor do turismo.

“O Observatório Regional do Turismo do Alentejo pretende ser um instrumento de apoio ao planeamento e prospetiva do Setor Turístico no Alentejo, capaz de produzir informação técnica fiável e independente, que favoreça a promoção, qualificação, diferenciação, sustentabilidade, e a inovação do seu tecido empresarial” [Turismo do Alentejo, 2009].

O projeto iniciou-se formalmente em maio de 2010 e tem o seu término marcado para outubro de 2013 e resulta de uma parceria estabelecida entre o Instituto Politécnico de Beja (IPB), Instituto Politécnico de Portalegre (IPP), NERBE/AEBAL – Associação Empresarial do Baixo Alentejo e Litoral, NERE – Núcleo Empresarial da Região de Évora, NERPOR – Núcleo Empresarial da Região de Portalegre e a Universidade de Évora (UE), coordenada pela ERTA.

As atividades desenvolvidas durante o projeto foram as seguintes:

- Atividade 1: Sistema de Informação do Observatório do Turismo do Alentejo;
- Atividade 2: SIG – Sistema de Informação Geográfica da Oferta Turística da Área Regional de Turismo do Alentejo;
- Atividade 3: Barómetro do Turismo;
- Atividade 4: Conta Satélite do Turismo da Região do Alentejo;
- Atividade 5: Conferência Internacional;

Atividade 6: Perfil do Visitante;

Atividade 7: Análise dos Mercados Emissores para o Alentejo;

Atividade 8: Ações de Dinamização e Sustentabilidade de Base Regional;

Atividade 9: Modelo de Governação;

Atividade 10: Plano de Comunicação.

Este artigo pretende apresentar, de uma forma sumária, as principais atividades desenvolvidas no âmbito deste projeto, dando particular relevância às metodologias utilizadas e aos resultados alcançados nas atividades em que o IPP se encontrou diretamente envolvido: as atividades do Sistema de Informação e Barómetro; o Sistema de Informação Geográfica da Oferta Turística do Alentejo; o Perfil do Visitante e a Conta Satélite do Turismo.

2. Apresentação das metodologias e resultados

2.1. Sistema de Informação e Barómetro

2.1.1. Objetivos do Sistema de Informação e Barómetro

O Sistema de Informação (SI) e o Barómetro do Turismo do Alentejo surgiram devido à necessidade dos agentes públicos e privados do setor disporem de informação atualizada e fiável, ao nível da região do Alentejo, indispensável ao processo de tomada de decisão. Assim, foi proposta a implementação e desenvolvimento de um sistema de informação com o objetivo geral de recolher, processar, transmitir e disseminar dados considerados determinantes para a competitividade do Alentejo enquanto destino turístico. A criação do Barómetro do Turismo do Alentejo decorre do sistema de informação e tem como objetivo a disseminação de informação sobre a atividade turística da região do Alentejo para os agentes do setor. Visto tratar-se de um sistema de informação que se pretende dinâmico, com o intuito não apenas de recolha e armazenagem de dados, mas também o seu processamento, através da geração de relatórios periódicos, e a sua disseminação, a informação é difundida aos principais *players* do turismo regional através de um portal na Web, ao qual tem acesso restrito a indicadores de performance por categoria as empresas que contribuem com dados para o Sistema de Informação e acesso livre aos demais dados.

2.1.2. Metodologia do Sistema de Informação e Barómetro

No âmbito desta atividade fizeram-se reuniões com todos os parceiros, sob a orientação da Turismo do Alentejo e da consultora Cestur, onde se definiram, essencialmente, os seguintes aspetos: matriz de indicadores a alimentar o SI e metodologia de recolha; os relatórios a gerar pelo sistema; imagem do portal do Alentejo; funcionalidades e métodos de análise dos dados a disponibilizar aos agentes; e entidades, e forma de acesso aos dados.

Para além disso, foram contactadas, nesta primeira fase, as unidades de alojamento do Alentejo com o intuito de aderirem, através de protocolo, formalmente ao SI. Em 25 de abril de 2011, pertenciam ao sistema 111 empresas, participando ativamente no sistema com o envio de dados respeitantes ao ano de 2011 (algumas não enviaram alguns dos meses) 87 entidades. Destas entidades, nessa data, só estavam a ser incluídas nas amostras, de forma a garantir a confidencialidade estatística, os seguintes alojamentos: Hotéis de 4*, Hotéis de 3*, Pousadas, unidades de Turismo em Espaço Rural (TER), Parques de Campismo, Alojamento Local, Pousada de Juventude e Hoteis Rurais de 4 * (Turismo do Alentejo, 2012). Estas entidades, ou outras que entretanto pretendam aderir ao sistema, têm acesso através de password a toda a informação disponibilizada através do monitor do Alentejo.

Em março de 2012, foram incluídos na amostra os Hotéis de 2*, passando a amostra, em termos de unidades, a ser constituída por 86 alojamentos, num universo de 581 alojamentos. Em termos de quartos, a amostra abrange cerca de 29% do total, cobrindo a totalidade dos alojamentos na categoria de hotéis de 5* e das pousadas da juventude e, cerca de 80% e 84% dos quartos dos hotéis de 4* e pousadas de Portugal, respetivamente.

2.1.3. Principais resultados do Sistema de Informação e Barómetro

O SI e o barómetro podem ser acedidos através do seguinte endereço (URL): <http://www.observatorioturismoalentejo.pt/>. Na figura seguinte, encontra-se o interface da página principal do sistema e, pode-se verificar que, no barómetro do turismo encontram-se relatórios mensais, desde janeiro 2011 até março de 2012, onde

estão publicadas os resultados das análises efetuadas com os dados dos alojamentos, em forma de gráficos e/ou quadros, destacando-se os indicadores: volume de hóspedes, dormidas, estada média, taxas de ocupação quarto, quotas de dormidas do mercado português, quotas de dormidas do mercado espanhol, composição do mercado por categoria e análise de mercados por categoria de alojamento.

Para além destes relatórios, podem ainda visualizar-se outros dois relatórios, um deles referente aos turistas residentes em Espanha desagregado por províncias que visitaram o Alentejo em 2011, e o outro referente aos turistas portugueses desagregado por concelhos, onde são apresentados, para o ano de 2011, os indicadores: origem dos turistas por concelho/província; principais concelhos/províncias emissores; 15 principais concelhos/províncias emissores por meses; e, Top 10 dos concelhos/províncias emissores por meses.



Figura 1: Site oficial do Observatório Regional do Turismo do Alentejo

Para além desta informação, encontram-se ainda os resultados da Sondagem bianual sobre o Perfil do Turista, Motivação de Viagem, Canais de Distribuição e Análise do Destino, que serão abordados num ponto específico deste artigo e, levantamento dos

principais estudos e estatísticas oficiais publicados pelo Turismo de Portugal e pelo Instituto Nacional de Estatística com informação importante para a compreensão do setor do turismo.

2.2. Sistema de Informação Geográfica (SIG) para a oferta turística do Alentejo

2.2.1. Objetivos do SIG

Os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) podem constituir uma importante ferramenta no planeamento e ordenamento do turismo, reunindo potencialidades de recolha, visualização, análise espacial de informação e produção de mapas que permitam adquirir um conhecimento integrado de uma região constituindo, assim, uma importante ferramenta de apoio à decisão.

O objetivo desta atividade consistiu em utilizar os SIG como ferramenta de análise do turismo, mais concretamente no que respeita à oferta de recursos turísticos no território do Alentejo. Assim, podemos afirmar que o objetivo principal desta ação consistiu em inventariar, sistematizando informação existente e recolhendo informação de base quando inexistente, os recursos turísticos do Alentejo e representá-los em ambiente SIG, proporcionando uma importante ferramenta no apoio à decisão dos empresários do setor e ao planeamento do turismo na região. Este levantamento e avaliação de recursos são essenciais para conhecer o potencial turístico do território, assim como na definição dos produtos turísticos a desenvolver.

2.2.2. Metodologia do SIG

Após revisão bibliográfica, foi construída uma grelha de recursos turísticos baseada nas orientações de Inskeep (1991), nos critérios definidos pela DGT (1996) na criação do Inventário de Recursos Turísticos, nos produtos característicos do turismo considerados na Conta Satélite do Turismo (INE, 2003).

Esta grelha contempla cinco grandes grupos de recursos:

- 1) Atrações naturais
- 2) Atrações culturais (monumentais, artísticas, etnográficas, complementares)

- 3) Atividades (desportos terrestres, desportos aquáticos, gastronomia e vinhos, rotas e circuitos turísticos)
- 4) Equipamentos (equipamentos culturais, equipamentos desportivos, equipamentos recreativos, equipamentos e serviços turísticos)
- 5) Infraestruturas (infraestruturas e serviços de transporte, outras infraestruturas e serviços).

Cada um dos grupos agregou uma lista exhaustiva de recursos, de acordo com o exemplo da tabela 1.

Equipamentos	Equipamentos culturais	Espaços de exposições
		Galerias
		Auditórios/Salões
		Centros Culturais
		Bibliotecas
	Equipamentos desportivos	Zonas de caça
		Centros hípicos
		Golfe
		Pavilhões multidesportivos
		Campos de Jogos
		Court de Ténis
		Campos de Tiro
		Piscinas
		Circuitos de manutenção
		Locais para desportos motorizados
		Locais para desportos de aventura
		Locais para desportos náuticos
	Equipamentos recreativos	Complexos polivalentes
		Praças de Touros
		Teatros e Salas de Espetáculos
		Casinos/Bingos
		Feiras e Mercados
		Salas de Dança
	Equipamentos e serviços turísticos	Empreendimentos Turísticos
		Restauração e bebidas
		Rent-a-Car
		Agências de Viagens/Operadores Turísticos
		Empresas de Animação Turística
		Postos de Turismo
		City Tours, coches
		Combóios turísticos

Tabela 1: Grelha de equipamentos

Fonte: Elaboração própria

Após a elaboração desta listagem exaustiva de recursos a recolher, procedeu-se à elaboração de fichas de recursos, contemplando diversos campos de informação que permitam caracterizar o recurso da forma mais completa possível. Exemplificando, a ficha do alojamento continha atributos que se consideraram relevantes conhecer, tais como a tipologia, classificação, alvará, rede de empreendimentos a que pertence, número de quartos, número de suítes, número de apartamentos, número de camas duplas, número de camas individuais, número de unidade para mobilidade reduzida, aceitação de animais, restaurantes, número de bares, auditórios/ salões, serviços complementares, entidade exploradora, funcionamento, ano de abertura, utilidade turística, declaração de interesse para o turismo, reconhecimento como turismo de natureza, atividades de animação próprias, outras atividades, infraestruturas de lazer, certificação de qualidade, certificação ambiental, outras certificações.

Seguiu-se a fase de trabalho de campo, tendo sido inventariados e georeferenciados, sempre que possível *in loco*, os recursos, e preenchidas as diversas fichas correspondentes.

Procedeu-se, ainda, a dois controles de qualidade, para aferir da correção da informação, bem como das coordenadas geográficas.

Após recolhidos os dados, foram inseridos num ficheiro excel de sistematização da informação que, posteriormente, foi inserida no SIG criado, utilizando o Arc Gis 10.0. Nesta atividade, todos os parceiros se envolveram de uma forma muito ativa, tendo participado na elaboração da metodologia e grelhas de apoio à recolha de dados, bem como assumindo a responsabilidade pela recolha de dados nos respetivos territórios. O IPP, para além da recolha dos recursos no Alto Alentejo e elaboração da base de dados e integração dos mesmos, com a assessoria técnica do Instituto Superior de Agronomia de Lisboa (ISA), também se responsabilizou, em colaboração com a ERTA, pela recolha dos dados no Litoral Alentejano.

2.2.3. Principais resultados do SIG

O SIG desenvolvido no âmbito deste trabalho permite visualizar espacialmente a distribuição dos recursos turísticos do Alentejo, nos seus diferentes concelhos, por

categorias, atributos descritos na metodologia e evolução ao longo dos últimos anos, utilizando para o efeito diversas ferramentas de análise espacial e apresentando os resultados em formato de mapas. Foram recolhidos cerca de 7000 recursos das diversas categorias estabelecidas, em todo o Alentejo, a maior parte deles *in loco*, e elaborada uma base de dados de mais de 4000 fotografias dos recursos do Alto Alentejo.

As análises possíveis a partir destes dados, constantes na BD, serão ilimitadas, consoante o interesse e a finalidade a que se destinem. A título de exemplo, poderemos mencionar a possibilidade de efetuar análises de densidade (por exemplo, camas por Km², monumentos, atrações, equipamentos); a elaboração de mapas temáticos (por exemplo, para os museus, praias fluviais e oceânicas, alojamento por categoria, entre todos os outros recursos inventariados); ou visualizar de uma forma gráfica e imediata, a distribuição dos recursos por todo o território ou por outras unidades territoriais (distrito, concelho, freguesia).

Desta forma, obtemos resposta a questões relativas à inventariação dos recursos (o que está aqui?), a sua localização (onde está?), usando simbologia de reconhecimento imediato, permitindo-nos a análise de informação (o que há perto de?) e um melhor conhecimento do território no que concerne à sua oferta turística.

2.3. Perfil do Visitante do Alentejo

2.3.1. Objetivos do estudo do perfil do visitante

Para além da informação quantitativa que o projeto recolheu sobre as unidades de alojamento e os seus hóspedes, na atividade do SI divulgada no Barómetro, considerou-se imprescindível a recolha de informação qualitativa não apenas sobre os turistas que visitam a região, mas também os visitantes do próprio dia (excursionistas), tendo-se procedido a um estudo sobre o perfil do visitante do Alentejo, com o intuito de conhecer aspetos determinantes da procura turística, nomeadamente os relacionados com os aspetos sociológicos, económicos e ligados às particularidades da própria viagem.

Assim, foram realizadas quatro sondagens ao longo de dois anos em épocas distintas (verão e inverno), o que permite avaliar eventuais desvios estruturais e comportamentais entre a procura nas duas épocas. O estudo do perfil do visitante, visou dar resposta aos seguintes objetivos (Turismo do Alentejo, 2012): caracterizar o perfil dos visitantes do Alentejo no que respeita a aspetos sociológicos, critérios económicos e às características da visita; analisar a perceção dos comportamentos de utilização e consumo, no que respeita aos hábitos e procedimentos de compra e aos mecanismos de recolha de informação referentes à visita; avaliar o grau de satisfação dos visitantes relativamente aos atributos que caracterizam o destino Alentejo; perceber as suas intenções comportamentais futuras; ensaiar uma primeira aproximação aos fluxos turísticos globais do Alentejo.

2.3.2. Metodologia do estudo do perfil do visitante

Os diversos parceiros, em colaboração com a ERTA e consultoria do Cestur, construíram um modelo de inquérito usado nas sondagens efetuadas. Este inquérito contemplava quatro grupos de informação distintos:

- a) Características sócio-demográficas: género, idade, estado civil, nacionalidade, distrito de residência em Portugal e províncias espanholas, rendimento mensal médio, habilitações literárias e situação perante o emprego;
- b) Características de reserva: fontes de informação, número de noites, antecedência de reserva, características da compra de pacote turístico, reserva individual – canais e serviços associados;
- c) Características da viagem: meio de transporte utilizado para chegar ao Alentejo, companhia de viagem, gasto médio por dia e por pessoa no destino;
- d) Motivações, experiência e satisfação: principal motivo da viagem, atributos mais importantes na escolha do destino, expectativas relacionadas com o destino Alentejo, experiência de visita e repetição, grau de satisfação global com o destino, avaliação do Alentejo em termos de qualidade/preço, intenção de voltar e recomendar o destino Alentejo.

Após definida a amostra (estratificada com base nos dados oficiais dos hóspedes nos meios de alojamento turístico classificados), foram efetuadas quatro sondagens (em 2011 e 2012, no verão e inverno) com 1000 entrevistas cada em Évora, Monsaraz,

Vila Viçosa, Elvas, Beja, Mértola, Serpa, Portalegre, Marvão, Castelo de Vide, Porto Covo, Troia, Vila Nova de Milfontes e Alqueva.

O método de recolha de informação aplicado foi a entrevista direta e pessoal, tendo estas sido asseguradas por vários inquiridores, sob a coordenação de investigadores do IPP, UE e IPB.

2.3.3. Principais resultados do estudo do perfil do visitante

Apesar de ainda não estarem tratados os dados para o ano de 2012, podemos apontar desde já alguns resultados que foram apurados para o ano de 2011. Assim, e de uma forma muito sintetizada, os resultados apurados indicam (Turismo do Alentejo, 2012):

- Supremacia dos visitantes com idade compreendida entre os 35 e os 44 anos (28,4%), maioritariamente casados (73,1%);
- Elevada preponderância dos visitantes internos (residentes em Portugal) oriundos dos distritos de Lisboa e Setúbal (em conjunto, correspondem a mais de 35% dos fluxos);
- Espanha lidera os visitantes residentes no estrangeiro;
- Rendimentos entre os 1001 e os 3500 euros;
- Procura composta por indivíduos empregados (quadros superiores, quadros técnicos e técnicos especializados);
- Via rodoviária como principal acessibilidade à região;
- Permanência média na região de 3,9 noites, sendo ligeiramente mais alta no verão (4,5 noites) do que no inverno (3,2 noites);
- Visitantes fazem-se acompanhar na visita ao destino de familiares/amigos (46,2%) ou casal (39,3%);
- Gasto médio por dia foi de 56,9 euros;
- Principal fonte de informação utilizada foram os familiares/amigos (43,3%), seguindo-se a Internet (15,6%);
- A reserva individual dos serviços turísticos através da Internet foi a forma de reserva mais utilizada no inverno (60,3%) e o balcão foi mais utilizado no verão (50,4%);
- Dos visitantes que efetuaram reservas, 10,9% fizeram-no no próprio dia da deslocação;

- A motivação principal é o lazer/ gozo de férias/ recreio (79,5%), seguindo-se a visita a familiares/amigos (13,7%);
- As expectativas dos visitantes chegados ao Alentejo eram moderadas, mas a avaliação final foi muito favorável, com 97% a referirem satisfação com o destino;
- A intenção de regresso teve uma cotação elevada (89,1%) de menções, bem como o desígnio de recomendar o destino a familiares ou amigos (78,8%);
- As atividades mais praticadas pelos visitantes centram-se sobretudo no descanso (17,1%), nas visitas culturais (16,9%), nas experiências gastronómicas (13,0%), nas visitas ao património natural (9,6%), nos passeios pedestres (8,7%) e na frequência de praias (7,3%);
- A segurança, a experiência com os vinhos, a autenticidade do destino, e experiência gastronómica, assim como as acessibilidades, a hospitalidade e a tranquilidade, foram os atributos do destino com os quais os turistas e visitantes do dia ficaram mais satisfeitos; no plano inverso, surgiu a menção à falta de eventos atrativos e de animação noturna.

2.4. Conta Satélite do Turismo

2.4.1. Objetivos da Conta Satélite do Turismo

Com o crescente desenvolvimento da atividade turística torna-se cada vez mais importante conhecer a dimensão económica deste setor. Visto que em Portugal já tinha sido implementada a Conta Satélite do Turismo e disponibilizados indicadores económicos ao nível nacional, considerou-se relevante, numa primeira fase, desenvolver o quadro metodológico a utilizar na Conta Satélite do Turismo da região do Alentejo, com o objetivo de medir e avaliar a dimensão económica do turismo na Região.

2.4.2. Metodologia da Conta Satélite do Turismo

A concretização desta atividade esteve a cargo da consultora Celeste Eusébio, da Universidade de Aveiro, sob a coordenação da Universidade de Évora, e requereu os seguintes passos: revisão dos quadros metodológicos publicados de âmbito nacional e

internacional para o desenvolvimento de uma conta satélite do turismo regional; levantamento da informação necessária para o desenvolvimento de uma conta satélite para a região do Alentejo; avaliação da informação existente; e, definição do quadro metodológico para a obtenção de dados primários.

Ao longo do período de execução da atividade, que decorreu de fevereiro de 2011 até julho de 2012, ocorreram reuniões com os parceiros no sentido de colaborarem, principalmente nas seguintes tarefas: identificação das entidades que constituem a oferta turística da Região Alentejo e que deverão ser objeto de inquirição; identificação das fontes de informação secundárias que existem a nível regional que possam ser utilizadas para a recolha da informação necessária para a CST; identificação de projetos a decorrer na Região Alentejo que sejam considerados relevantes para a recolha de dados primários.

2.4.3. Principais resultados da Conta Satélite do Turismo

Desta atividade resultaram três relatórios progresso e um relatório final. Do primeiro relatório resultou uma análise das metodologias apresentados a nível internacional, tanto para as economias nacionais como regionais, para desenvolver Contas Satélites do Turismo (CST). A metodologia utilizada na elaboração da CST em Portugal e as iniciativas desenvolvidas, por algumas entidades, para construir CST para as economias regionais foram analisadas em pormenor. No segundo relatório foram identificadas as principais necessidades de informação para quantificar a procura e a oferta turística da região do Alentejo, bem como alguns indicadores não-monetários considerados relevantes para a sua caracterização. Do terceiro relatório consta a caracterização das fontes de informação secundárias, que disponibilizam informação que poderá ser utilizada para desenvolver a CST da região do Alentejo. O relatório final apresenta a metodologia proposta para quantificar os impactes económicos totais (diretos, indiretos e induzidos) do turismo na região do Alentejo, para além disso são apresentados resultados, obtidos através de métodos indiretos, para o ano de 2007 (Eusébio, 2012).

3. Conclusão

Nos últimos anos, o setor do turismo sofreu influências de diversos domínios que obrigam as entidades públicas e privadas a repensar a sua forma de atuação numa constante adaptação ao ambiente competitivo em que exercem a sua atividade, particularmente, no que refere ao comportamento e exigências do consumidor (Milheiro *et al*, 2010). Por outro lado, informação atualizada, atempada, pertinente e rigorosa, sobre a evolução e tendências do turismo, que permita a monitorização do destino, nas suas várias vertentes, tornou-se essencial na definição de políticas e estratégias, no planeamento do turismo e no acesso a programas de financiamento.

O projeto do Observatório Regional de Turismo do Alentejo, que se descreveu neste artigo, produziu informação relevante e crucial, não só para as entidades públicas a operar no setor, como para os académicos, mas também para os empresários, permitindo-lhes basear as suas opções estratégicas em conhecimento, visando o aumento da sua competitividade. Dados sobre o perfil do visitante, as suas preferências, motivações, comportamento antes e durante a viagem, indicadores de gestão, a possibilidade de comparação de desempenho entre categorias, o conhecimento dos recursos turísticos da região, são fundamentais para se perceber o turismo atual e potencial, bem como para ajustar as técnicas de gestão e promoção efetuadas, numa ótica de criação de novos produtos, mais adaptados às exigências e preferências dos consumidores.

Bibliografia

Bahaire, T., Elliott-White, M. (1999). The Application of Geographical Information Systems (GIS) in Sustainable Tourism Planning: A Review. *Journal of Sustainable Tourism*, 2 (7).

Baidal, Josep A. I. (2004). Tourism planning in Spain: Evolution and Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 313-333.

Baud-Bovy, M. (1982). New concepts in planning for tourism and recreation, *Tourism Management*, 3 (4), pp. 308-313.

Costa, C. (2006). Tourism Planning, Development and the Territory. In Buhalis, D., Costa, C. (eds.). *Tourism management dynamics – trends, management and tools*. Burlington: Elsevier Butterworth- Heinemann, pp. 236-243.

Costa, C., Buhalis, D. (2006). Synergies between Territorial Planning and Strategic Management: A prospective analysis. In Fonseca, M. L. (ed), *Desenvolvimento e Território: Espaços Rurais Pós-Agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer* (pp. 191-213). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.

DGT. (1996). Inventário dos Recursos Turísticos. Lisboa: DGT.

Eusébio, C. (2012). Definição do quadro metodológico a utilizar na elaboração da conta satélite do turismo para a região do Alentejo: Relatório Final.

Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning. Towards Integration of Theory and Practice. *Tourism Management* 7(1), 21-32.

Giles, W. (2003). GIS Applications in Tourism Planning. *GIS 340 – GIS Seminar*.

Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning* (2nd ed.). Nova Iorque: Taylor and Francis.

Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning* (3rd ed.). Washington: Taylor and Francis.

Hall, C. (2000). *Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships*. Essex: Prentice

INE. (2003). *Estudo de Implementação da Conta Satélite de Turismo em Portugal*; consultado em 28 de outubro de 2009, em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_estudos&ESTUDOSest_boui=106315&ESTUDOSmodo=2.

Inskip, E. (1991). *Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Julião, R. P. (2001). *Tecnologias de Informação Geográfica e Ciência Regional Contributos Metodológicos para a Definição de Modelos de Apoio à Decisão e Desenvolvimento Regional*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa. Tese de Doutoramento.

Mlheiro, E., Dinis, G., Correia, E. (2010). O papel do Observatório do Turismo na operacionalização das competências da Entidade Regional de Turismo do Alentejo. *Seminário Consolidar o conhecimento, perspetivar o futuro*. Portalegre: Instituto politécnico de Portalegre, 6 e 7 de dezembro de 2010.

Page, S. (2007). *Tourism Management: Managing for Change* (2nd ed.). Burlington: Elsevier Butterworth- Heinemann.

Turismo do Alentejo (2009). Memória descritiva (não publicado).

Turismo do Alentejo (2012). *Caracterização do perfil do visitante – caracterização da procura turística no Alentejo 2011*, março de 2012.

Tonsun, C., & Jenkins C.L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey. *Tourism Management* 17 (7), 519-531.

UNEP.(2009). *Sustainable Coastal Tourism: An integrated planning and management approach*. Retrieved October 24, 2010, from http://www.unep.org/pdf/DTIE_PDFS/DTIx1091xPA-SustainableCoastalTourism-Planning.pdf.

UNWTO. (1994). *National and Regional Tourism Planning – methodologies and case studies*. London: International Thomson Business Press.

UNWTO. (1998). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Madrid: World Tourism Organisation.

UNWTO (s.d). *Evaluating Tourism Resources*. Madrid: World Tourism Organisation

Notas sobre as autoras

Eva Milheiro

eva@esep.pt

Escola Superior de Educação de Portalegre

Licenciada em Gestão e Planeamento em Turismo pela Universidade de Aveiro, Pós-graduada em Sistemas de Informação Geográfica e Turismo, pelo Instituto Politécnico de Coimbra, Mestre em Gestão de Informação, pela Universidade de Aveiro e Doutoranda em Turismo, pela Universidade de Aveiro.

Exerce funções na ESEP desde outubro de 2000, tendo sido sub-coordenadora do Curso de Turismo e Termalismo entre 2002 e 2007. Desde 2007 é diretora do Curso de Turismo. É presidente da Área Científica de História, Geografia e Património desde fevereiro de 2010 e membro do Conselho Pedagógico.

A docente é autora de um livro, e diversos artigos publicados em revistas internacionais e nacionais com arbitragem científica. Participou como oradora em diversos encontros científicos de âmbito nacional e internacional. Atualmente,

coordena a equipa técnica do IPP no projeto “Observatório Regional de Turismo do Alentejo”.

Maria Gorete Dinis

gdinis@esep.pt

Escola Superior de Educação de Portalegre

Licenciada em Gestão e Planeamento em Turismo, Mestre em Inovação, Planeamento e Políticas de Desenvolvimento e Doutoranda em Turismo, pela Universidade de Aveiro (UA). Para além disso, é também investigadora integrada da Unidade de Investigação Governança, Competitividade e Políticas Públicas (UA). Desenvolveu a tese de mestrado sobre o “Impacte das Comunicação Móveis da 3G no setor das Agências de Viagens e Turismo”. Atualmente, encontra-se a desenvolver investigação no domínio dos indicadores de turismo com utilização das Tecnologias e Informação e Comunicação. Desde 2006, exerce funções de docente do curso Turismo na Escola Superior de Educação, do qual é sub-diretora, a tempo integral, com a categoria de Equiparada a Professora Adjunta e integra a equipa do projeto do Observatório Regional de Turismo do Alentejo. Nos últimos anos tem publicado artigos científicos e apresentado algumas comunicações nas suas áreas de investigação.